



Foto: Martin Stock/LKN.SH

SOZIO-ÖKONOMISCHES MONITORING (SÖM *WATT*) IN DER NATIONALPARK-REGION

SÖM-Bericht 2018



Organisation
der Vereinten Nationen
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur



Das Wattenmeer
Weiterbe seit 2009



Nationalpark
Wattenmeer



SCHLESWIG-HOLSTEIN



SÖM Watt – Aktuelle Statistiken und Befragungen

	Seite
1. Einleitung.....	2
2. Statistik Wattführungen, Seetierfangfahrten und Infozentren 2017.....	3
3. Gästebefragung 2017.....	5
3.1 Gästestruktur.....	6
3.2 Informationsverhalten und Reiseentscheidung.....	8
3.3 Anreise, Aufenthalt, Aktivitäten	12
3.4 Nutzung von Naturerlebnisangeboten.....	16
3.5 Bekanntheit von Weltnaturerbe-Status und Nationalpark-Partnerschaft.....	20
3.6 Bewertung, Qualitätswahrnehmung und Wiederkehrbereitschaft	22
4. Fazit.....	23
Anhang: Methodik der Gästebefragung.....	24

Impressum:

LKN.SH |
Nationalparkverwaltung
Schlossgarten 1
25832 Tönning
Tel. 04861 96200
April 2018



Texte/Grafiken/Redaktion:
Dr. Christiane Gätje
christiane.gaetje@lkn.landsh.de
Tel. 04861 616-35

Grafiken/Texte Kapitel 3:
NIT Kiel

www.nationalpark-wattenmeer.de
www.weltnaturerbe-wattenmeer.de





1. Einleitung

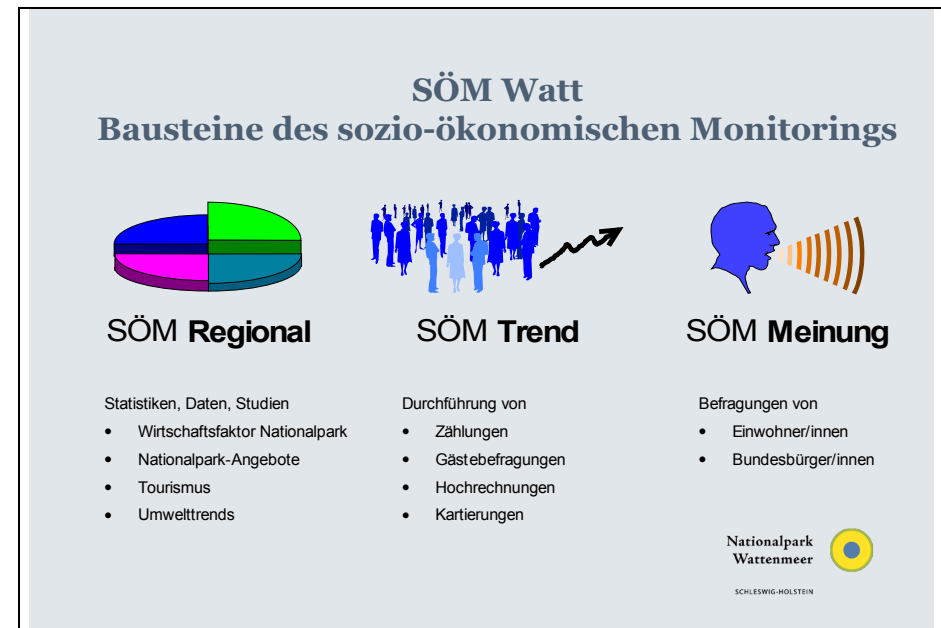
Um die Entwicklung der Wattenmeerregion umfassend beschreiben zu können und Trends rechtzeitig zu erkennen, genügt es nicht, lediglich ökologische Parameter zu erfassen. Ebenso wichtig ist der Blick auf die regionale Wirtschaft, auf die Bevölkerungsentwicklung und auf die Einstellungen, Meinungen und Wünsche der Regionalbevölkerung und der Gäste. Daten und Bewertungen über die sozio-ökonomische Entwicklung der Nationalpark-Region liefert das sozio-ökonomische Monitoring - SÖM Watt – der Nationalparkverwaltung.

Das SÖM Watt setzt sich aus drei Bausteinen zusammen:

- Aus amtlichen Statistiken und Betreuungsberichten der Naturschutzverbände werden ausgewählte Daten zum SÖM *Regional* zusammengestellt. In einer Studie zum Wirtschaftsfaktor Nationalpark untersuchten Job et al. (Universität Würzburg) in 2013 die regional-ökonomischen Effekte des Nationalpark-Tourismus. Die Ergebnisse sind in der Broschüre [Mehrwert Natur](#) dargestellt.
- SÖM *Trend*: Eine Gästebefragung wurde in 2013 im Rahmen des PROWAD Projektes durchgeführt. Die Broschüre [Gästebefragung „Weltnaturerbe und nachhaltiger Tourismus“ 2013](#) fasst die wichtigsten Ergebnisse und Empfehlungen zusammen. In 2017 wurde diese Befragung mit den gleichen Fragen erneut durchgeführt. Ausgewählte Ergebnisse sind in diesem Bericht dargestellt.
- SÖM *Meinung*: Die Bewohnerinnen und Bewohner der Nationalpark-Region (Kreise Dithmarschen und Nordfriesland) werden seit 2000 jährlich und ab 2014 alle zwei Jahre befragt (SÖM *Meinung*). Sporadisch werden Fragen in bundesweite repräsentative Mehrthemen-Befragungen eingeschaltet.

Ergänzend werden im SÖM Watt Bericht 2017 ausgewählte Ergebnisse einer vom Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste und der inspektour GmbH in 2016 durchgeführten Studie (repräsentative Online-Befragung) zur touristischen Relevanz der deutschen UNESCO-Welterbestätten und Nationalparks bei der Destinationswahl vorgestellt

Das SÖM Watt ist Teil der wattenmeerweiten Dauerbeobachtung (TMAP, Trilateral Monitoring and Assessment Program), die gemeinsam mit Dänemark und den Niederlanden durchgeführt wird.

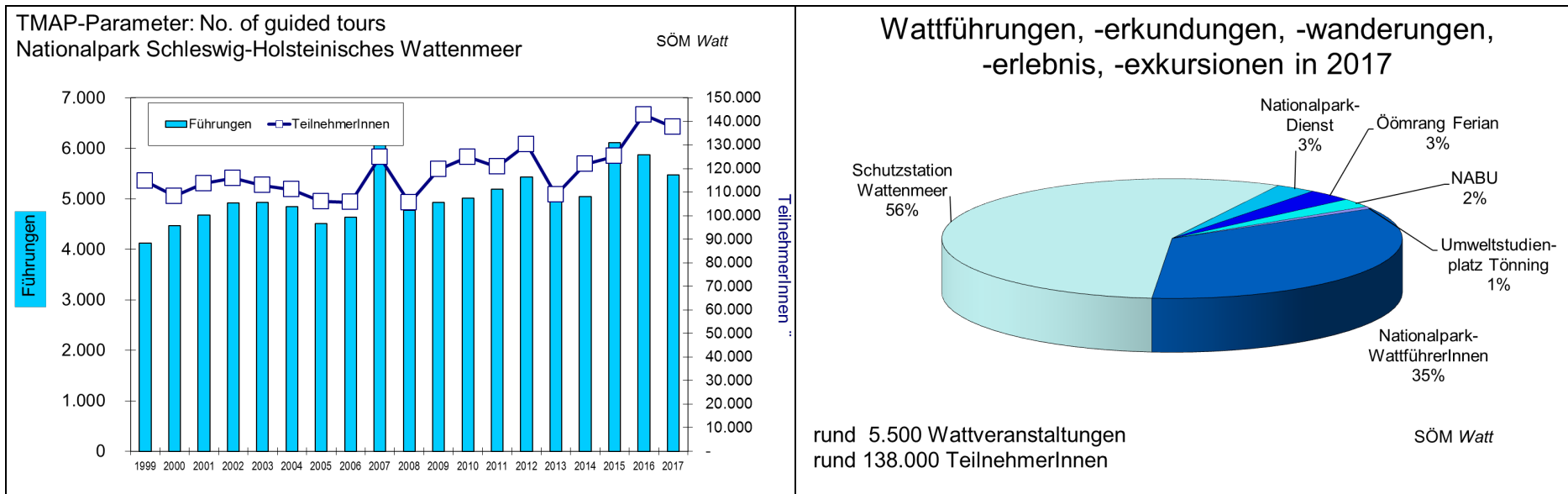




2. Statistik Wattführungen, Seetierfangfahrten und Infozentren 2017

Im Jahr 2017 zeigt die Zahl der TeilnehmerInnen an Wattführungen mit rund 138.000 Personen erneut einen hohen Wert, der allerdings nicht ganz an den Rekordwert von 2016 heranreicht. Die Zahl der geführten Watt-Touren (Exkursionen, Wanderungen, Erkundungen etc.) liegt wieder über 5.000, damit ebenfalls nicht ganz so hoch wie im Vorjahr. Ungefähr Zweidrittel der Teilnehmenden waren Kinder und Jugendliche. Im Durchschnitt betrug die Gruppengröße einer Führung 25 Personen.

Größter Anbieter mit 56% der Führungen war wie in den Jahren zuvor die Naturschutzgesellschaft Schutzstation Wattenmeer, die mit ihren zahlreichen Bundesfreiwilligen (BFD) und jungen Menschen im freiwilligen ökologischen Jahr (FÖJ) ein großes und vielfältiges Programm mit Nationalpark-Veranstaltungen in Küstenorten am Festland und auf den Inseln und Halligen anbietet. Die 55 Nationalpark-WattführerInnen leiteten 35% der geführten Touren. Diese speziell ausgebildeten Nationalpark-Partner sind zusammen mit den Naturschutzverbänden die wichtigsten Anbieter attraktiver Outdoor-Veranstaltungen. Sie werden regelmäßig in Fortbildungsveranstaltungen der Nationalparkverwaltung geschult und erhalten dabei aktuelle Informationen zum Nationalpark und zum Weltnaturerbe Wattenmeer aus erster Hand.





Die Informationseinrichtungen der Nationalparkverwaltung, allen voran das Nationalpark-Zentrum Multimar Wattforum in Tönning, das im März 2016 seinen dreimillionsten Besucher begrüßte sowie das Nationalpark-Haus in Husum (gemeinsam betrieben mit dem WWF, der Schutzstation Wattenmeer und dem Kirchenkreis Husum-Bredstedt) und das Nationalpark-Haus in Wyk auf Föhr besuchten insgesamt rund eine Viertelmillion Menschen. Gegenüber den Vorjahren verzeichnet insbesondere das Multimar eine kontinuierliche Zunahme der Besucherzahlen (2014: 161.000; 2015: 170.000; 2016: 180.000; 2017: 189.000).

Ausstellungen der Naturschutzverbände und anderer Träger, die ausschließlich oder zumindest teilweise den Nationalpark Wattenmeer zum Gegenstand haben, zählten 529.000 Besucher. Zu den besucherstärksten Einrichtungen gehören hier die Seehundstation in Friedrichskoog (160.000) und das Erlebniszentrum Naturgewalten List/Sylt (74.000).

Auf den begleiteten Seetierfangfahrten der Nationalpark-Partner Reederei Adler-Schiffe, Reederei Rahder, Halligreederei Heinrich von Holdt und Neue Pellwormer Dampfschiffahrts GmbH erlebten mehr als 64.000 Gäste die kompetenten Erläuterungen der mitfahrenden MitarbeiterInnen der Schutzstation, des NABU bzw. der Nationalpark-Ranger, Nationalpark-Watt- oder GästeführerInnen und bestaunten die ins Netz gegangenen Seetiere aus nächster Nähe.

Damit haben sich in 2017 fast 1 Million Menschen in der Westküstenregion über den Nationalpark und das Wattenmeer informiert.



3. Gästebefragung 2017

Das Befragungskonzept der vorliegenden Untersuchung des NIT, der Gästebefragung (GB) Wattenmeer, lehnt sich an die regelmäßig stattfindende landesweite Gästebefragung in Schleswig-Holstein (GBSH), die nach dem Erhebungsjahr 2013 im Jahr 2017 zum zweiten Mal auf die Nordsee Niedersachsens ausgeweitet wurde, an. Sie ist auf die folgenden wesentlichen Erkenntnisziele ausgerichtet. Diese sind vor allem:

- Ermöglichung tiefgehender Kundenkenntnis,
- Lieferung von Strukturdaten und Nutzungsdaten,
- Lieferung von Bewertungsdaten/Zufriedenheiten,
- Schaffung zeitlich vergleichbarer Daten mit früheren Befragungen (GBSHs),
- Ermöglichung regionaler Vergleiche (Land, Destinationen, LTOs, Orte, Städte, Segmente).

Die Basisuntersuchung der vorliegenden Studie „Gästebefragung Wattenmeer“ ist die aktuelle landesweite Gästebefragung in Schleswig-Holstein (GBSH). Im Auftrag der Nationalparkverwaltung wurden die Gäste mittels eines spezifischen Fragebogens zusätzlich u.a. zu folgenden Themen befragt:

- Nachhaltigkeit im Urlaub
- Umwelt und Natur im Urlaub
- Einstellung zu natur- und umweltschutzrelevanten Aspekten im Urlaub
- Bekanntheitsgrad Wattenmeer als Weltnaturerbe
- Reiseentscheidungsgrund Nationalpark/Weltnaturerbe Wattenmeer
- Interesse/Bewertung geführte Wattwanderungen
- Interesse an Naturerlebnisangeboten
- Interesse/Bewertung Ausstellung/Einrichtung mit Informationen zum Wattenmeer
- Einschränkungen durch Naturschutzregelungen
- Bekanntheit/Nutzung Nationalpark-Partner-Angebote
- Informationswege vor Ort zum Thema Wattenmeer.

Die Durchführung erfolgte in Form einer Beteiligungsuntersuchung.

Die landesweite Gästebefragung Schleswig-Holstein als Vorbild der vorliegenden Gästebefragung Wattenmeer wurde vom NIT in Kiel entwickelt und wird im zweijährigen Rhythmus durchgeführt. Die Anpassung der GBSH an die neue Tourismus-Strategie des Landes Schleswig-Holstein erfolgte im Jahr 2015 und wurde auch 2017 erneut so umgesetzt.



3.1 Gästestruktur

Alter: Die Gäste an der Nordsee sind deutlich älter als der Durchschnitt der Urlaubsreisenden im deutschen Quellmarkt (55,8 vs. 48,6 Jahre). Der Anteil der unter 30-jährigen ist sowohl an der Nordsee Schleswig-Holsteins als auch an der Nordsee Niedersachsens mit 5% bzw. 6% besonders niedrig (Urlaubsreisende im dt. Quellmarkt: 22%).

Kinder/Jugendliche im Haushalt: 24% der inländischen Nordsee-Gäste leben mit Kindern/Jugendlichen im Haushalt (Bevölkerung: 27%).

39% aller Befragten kommen aus NRW, 17% aus Niedersachsen, je 9% aus Hessen und Baden-Württemberg



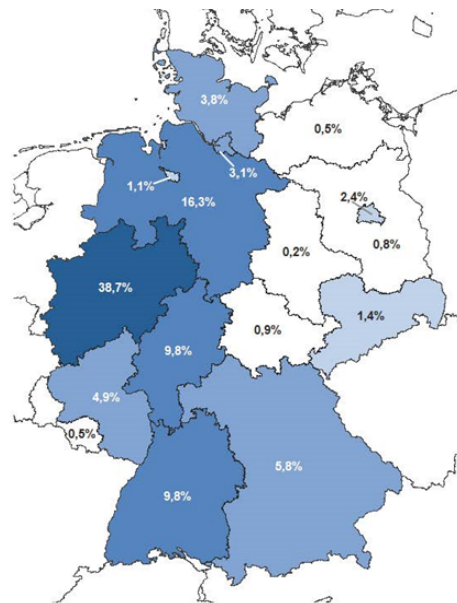
Herkunft der Nordsee-Gäste (gesamt) nach Bundesland

TOP 1: NRW 39%
TOP 2: NDS 16%
TOP 3: HE 10%, BW 10%

Lediglich 3% aller
Übernachtungsgäste
kommen aus dem
Ausland.

(Hinweis: Dieser Wert entspricht aus
methodischen Gründen nicht dem
Gästeanteil der Ausländer aus anderen
Datenquellen.)

Vergleich zu 2013:
NRW: 39%, NDS: 17%
HE: 9%, BW: 8%



© NIT 2018

Basis: Alle inländischen Befragten mit Angaben Nordsee gesamt Bundesland (n=971),
Nordsee gesamt 2013 (n=1.104).
Frage S5: In welchem Land (wenn in Deutschland Bundesland) wohnen Sie?

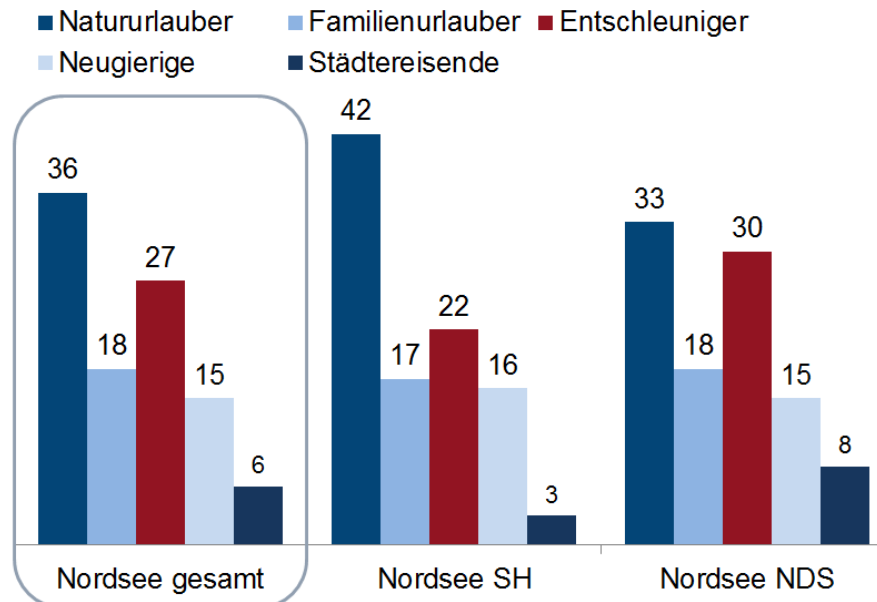
Quellmärkte:

Hauptquellgebiete für die Nordsee sind im Inland NRW (39%) und Niedersachsen (16%), 10% kommen aus Hessen und Baden-Württemberg. Die Bedeutung NRW als Quellmarkt für Niedersachsen ist deutlich höher (48%) als in Schleswig-Holstein (24%).

Nur 3% der Übernachtungsgäste kommen aus dem Ausland.



An der Nordsee SH dominiert der „Natururlauber“ bei den Gästen, an der Nordsee NDS sind dieser und der „Entschleuniger“ fast gleichauf



Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515)
Frage 21: „Wie weit treffen die folgenden Beschreibungen auf Sie persönlich bei dieser Reise zu?; Anteil für „Tritt ganz genau zu“ (TOP-1-Box); Mehrfachnennungen möglich
Angaben in %

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 13.04.2018

Schleswig-Holstein-Zielgruppen:

Mehr als 90% der Gäste finden sich, bezogen auf die aktuelle Reise an die Nordsee, in den Zielgruppenelementen der SH-Tourismusstrategie 2025 wieder. Am häufigsten stufen die Gäste sich als „Natururlauber“ ein (für 68% trifft diese Beschreibung für die aktuelle Reise **„ganz genau“ oder „eher“** zu), gefolgt von „Entschleunigern“ (52%) und „Neugierigen“ (42%). In Schleswig-Holstein ist der Anteil der „Natururlauber“ und der „Neugierigen“ etwas höher, während in Niedersachsen die „Familienurlauber“ und „Entschleuniger“ leicht höhere Anteile aufweisen.

„Natururlauber“: Ich möchte bei dieser Reise Ursprünglichkeit und Natur erleben, mich dabei besonders in der Natur aufhalten, Rad fahren, typische Speisen genießen. Aber auch Aktivitäten am, im und auf dem Wasser und kulturelle Sehenswürdigkeiten sind für mich interessant. Mir sind Verantwortung und Nachhaltigkeit wichtig.

„Familienurlauber“: Ich möchte bei dieser Reise Spaß mit der Familie erleben. Mir sind Aktivitäten wichtig, besonders am, im und auf dem Wasser. Mir sind Vergnügen und Leidenschaft wichtig.

„Entschleuniger“: Ich möchte bei dieser Reise mich verwöhnen lassen, etwas für die Gesundheit tun, abschalten, aber auch mal Luxus genießen. Besonders gern gehe ich spazieren, aber auch Shopping, Naturaufenthalte und Wellness unternehme ich gerne. Mir sind Frieden und Harmonie wichtig.

„Neugieriger“: Ich möchte bei dieser Reise Land und Leute kennenlernen, fahre gern Rad, besuche Veranstaltungen oder kulturelle Sehenswürdigkeiten und halte mich in der Natur auf.

„Städtereisender“: Ich möchte bei dieser Reise Abwechslung und Überraschungen erleben, gehe auch gern shoppen oder genieße Wellness und typische Speisen bzw. besuche Museen und Ausstellungen sowie Veranstaltungen. Mir sind Vergnügen und Genuss wichtig.



3.2 Informationsverhalten und Reiseentscheidung

Aufmerksam werden:

Die Aufmerksamkeit für die Nordsee wird am häufigsten durch Verwandte/Bekannte/Freunde (53%) geweckt. 15% der Befragten werden durch das Internet/Online aufmerksam. Ebenfalls von Bedeutung sind Reisen in der Kindheit oder die Bekanntheit des Reiseziels als früherer Wohnort. Die Art, wie die Gäste erstmalig auf die Nordsee aufmerksam wurden, unterscheidet sich zwischen den beiden Regionen nur wenig.

Information über das Reiseziel:

Der wichtigste Informationskanal für die Nordsee sind Websites, 38% der Gäste haben sich im Vorfeld der Reise auf der Website der Region oder des Ortes über ihr Reiseziel informiert, 36% besuchten für Informationen zur aktuellen Reise die Website der Unterkunft. Berichte von Verwandten/Bekannten/Freunden (33%) sowie Online-Buchungsportale (17%) folgen auf den Plätzen 3. und 4. 16% nutzen die Tourist-Information der Region, des Ortes.

Betrachtet man die Regionen, zeigt sich, dass Reiseliteratur/Reiseführer deutlich häufiger von den Gästen an der Nordsee Schleswig-Holsteins (SH: 21%, NDS: 12%) genutzt werden, während an der Nordsee Niedersachsen im Gegensatz zur Nordsee Schleswig-Holstein etwas häufiger Verwandte/Freunde/Bekannte zu Rate gezogen werden (NDS: 35%, SH: 31%).

Reiseentscheidungsgründe:

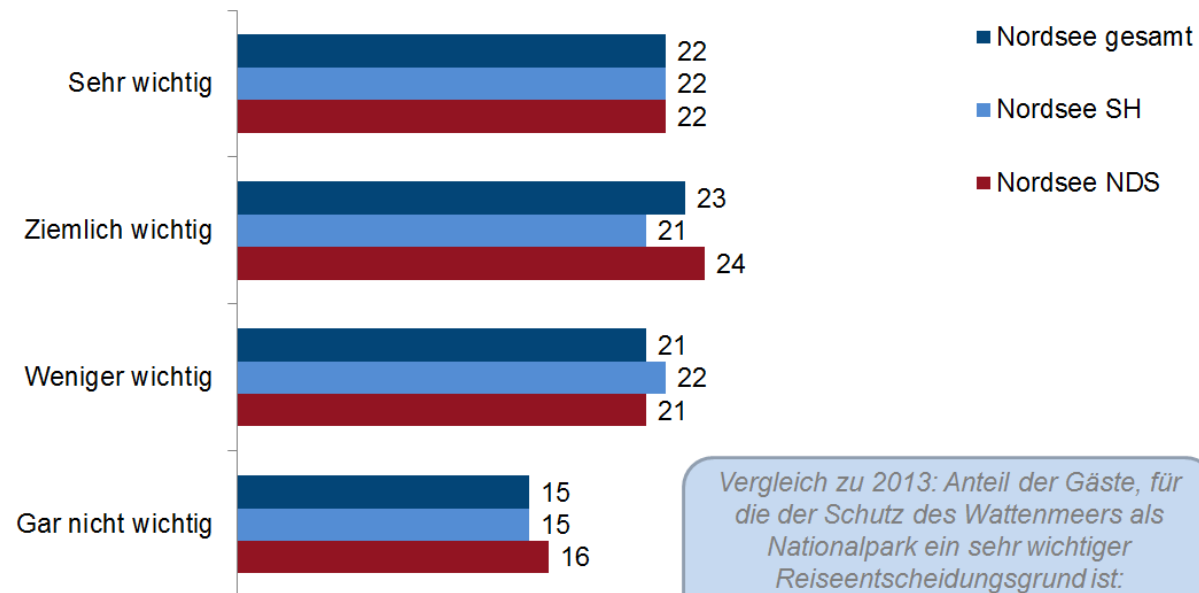
Die mit Abstand am häufigsten genannten Reiseentscheidungsgründe für die Nordsee sind die Erholungsmöglichkeiten (75%), das Klima/die Luft (73%) und der Strand/das Meer/die Bademöglichkeiten (71%). Auch die Landschaft/Lage ist für über die Hälfte der Befragten ein wichtiger Grund für die Auswahl des Reiseziels. Für 36% (NDS) bzw. 45% (SH) sind auch die gastfreundlichen Einwohner/Vermieter ein wichtiger Entscheidungsgrund für die Nordsee als Reiseziel. Die Relevanz der Gründe variiert teilweise in Abhängigkeit davon, ob die Gäste ihren Aufenthalt in Schleswig-Holstein oder Niedersachsen verbringen. So sind beispielsweise die Radfahrmöglichkeiten an der Nordsee Schleswig-Holsteins wichtiger als in Niedersachsen, während die Gäste in Niedersachsen die gute Anreise/ Erreichbarkeit und den Preis häufiger als Reiseentscheidungsgrund angeben. Auch Gesundheits- und Wellnessangebote sind für die Gäste an der Nordsee Niedersachsens häufiger reiseentscheidend.



Der Schutz des Wattenmeeres als Nationalpark ist für jeden fünften Befragten ein sehr wichtiger Reiseentscheidungsgrund



Für meine Entscheidung war der Schutz des Wattenmeeres als Nationalpark...



Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515), Nordsee gesamt 2013 (n=1.104), Angaben in %
Frage D: Wie wichtig waren die folgenden Aspekte für Ihre Reiseentscheidung?

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 17.04.2018

Reiseentscheidungsgrund Nationalpark und Weltnaturerbe:

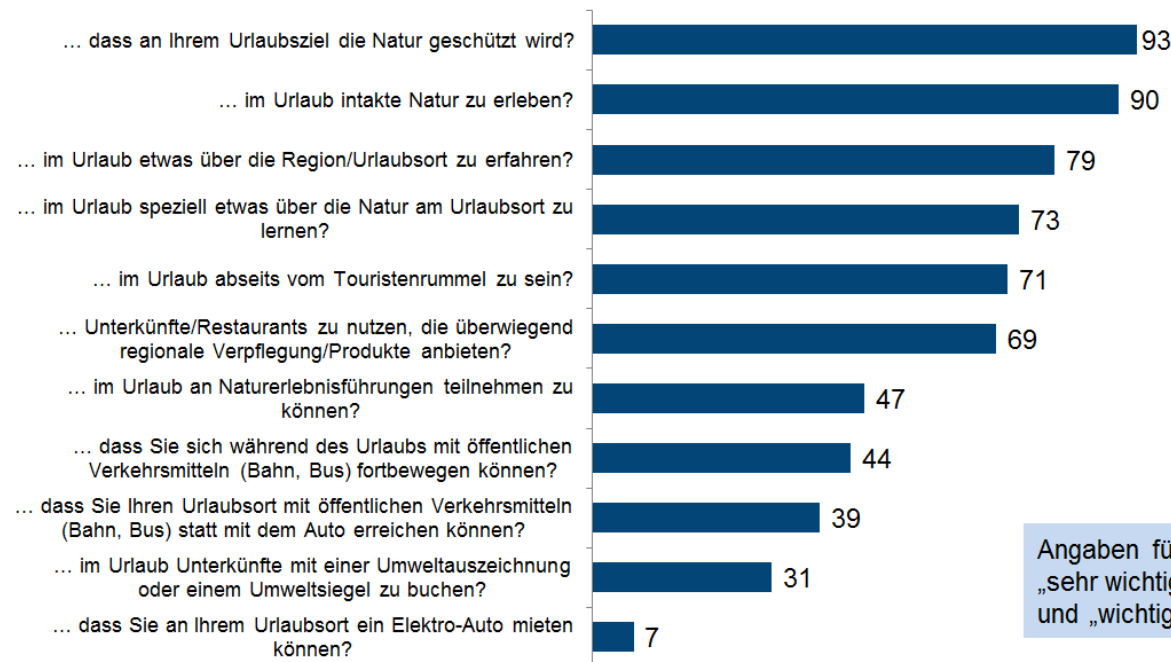
Der Schutz des Wattenmeeres als Nationalpark ist für fast die Hälfte (Nordsee SH: 43%, Nordsee NDS: 45%) der Befragten ein sehr wichtiger oder wichtiger Reiseentscheidungsgrund. Seltener sehr wichtig oder wichtig ist dagegen die Auszeichnung des Wattenmeeres als Weltnaturerbe für die Reiseentscheidung (Nordsee SH: 29%, Nordsee NDS: 33%).



Intakte Natur und Naturschutz am Urlaubsort sind über 90% der Befragten im Urlaub grundsätzlich wichtig



Wie wichtig ist für Sie,...



Angaben für
„sehr wichtig“
und „wichtig“

Basis: Alle Befragten mit Angaben zu den jeweiligen Aspekten (n=vgl. Tabellenband); dargestellt sind die Werte für „sehr wichtig“ und „wichtig“, Angaben in %
Frage A: Im Urlaub gibt es ganz allgemein Dinge, die einem besonders wichtig sind und solche, die eine weniger wichtige Rolle spielen. Bitte geben Sie anhand der nachfolgenden Liste an, wie wichtig Ihnen die folgenden Aspekte im Urlaub grundsätzlich sind.

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 13.04.2018

Bedeutung von Natur und Umwelt im Urlaub:

Der Schutz der Natur am Urlaubsort ist für nahezu alle Befragten sehr wichtig oder wichtig (93%). Auch eine intakte Natur im Urlaub zu erleben ist für 90% der Nordsee-Gäste ein (sehr) wichtiger Aspekt im Urlaub. Ebenfalls wichtig: etwas über den Urlaubsort erfahren (79%), speziell etwas über die Natur am Urlaubsort zu lernen (73%) und abseits vom Touristenrummel zu sein (71%).

Für 44% der Nordsee- Gäste ist die Möglichkeit der Fortbewegung mit öffentlichen Verkehrsmitteln am Urlaubsort wichtig. Von geringer Bedeutung ist ein Angebot von Elektro-Mietwagen im Urlaubsort.



40% der Befragten sind bereit, den Naturschutz am Urlaubsort mit einem finanziellen Beitrag zu unterstützen



	Nordsee gesamt	Nordsee SH	Nordsee NDS
Ich wäre bereit, den Naturschutz in meinem Urlaubsort mit einem kleinen finanziellen Beitrag zu unterstützen	40	43	38
Ich gehe im Urlaub bevorzugt in Betriebe, die deutlich machen, dass sie einen Beitrag zum Umwelt- und Naturschutz leisten	29	27	31
Ein Angebot an speziellen Pauschalen rund ums Thema Wattenmeer ist mir wichtig	29	28	31
Für ein Hotel oder einen Unterkunftsbetrieb mit einer Umweltauszeichnung würde ich im Urlaub etwas mehr Geld bezahlen	24	20	26
Keine Angabe	22	22	22

Nordsee
gesamt
2013

36

34

25

20

21

Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515)
Nordsee gesamt 2013 (n=1.104), Angaben in %
Frage B. Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu? (Mehrere Antworten möglich!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 13.04.2018

Einstellung zu natur- und umweltschutz-relevanten Aspekten im Urlaub:

Mehr als jeder dritte Befragte wäre bereit, den Umweltschutz an seinem Urlaubsort finanziell zu unterstützen (Nordsee SH: 43%, Nordsee NDS: 38%). 29% wählen im Urlaub bevorzugt Betriebe aus, die erkennbar einen Beitrag zum Umwelt- und Naturschutz leisten. Genauso vielen Gästen (29%) wäre eine Pauschale zum Thema Wattenmeer wichtig, etwa jeder Vierte Nordseeurlauber würde für einen Unterkunftsbetrieb mit Umweltauszeichnung etwas mehr Geld bezahlen (24%).

- **Einstellung zu Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit im Urlaub:** Rund jeder zehnte Befragte gibt an, dass sein Aufenthalt an der Nordsee barrierefrei sein soll. Jeder dritte Befragte gibt an, dass sein Urlaub möglichst sozialverträglich sein soll. Dass der Urlaub möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein soll, trifft auf 27% der Befragten zu.

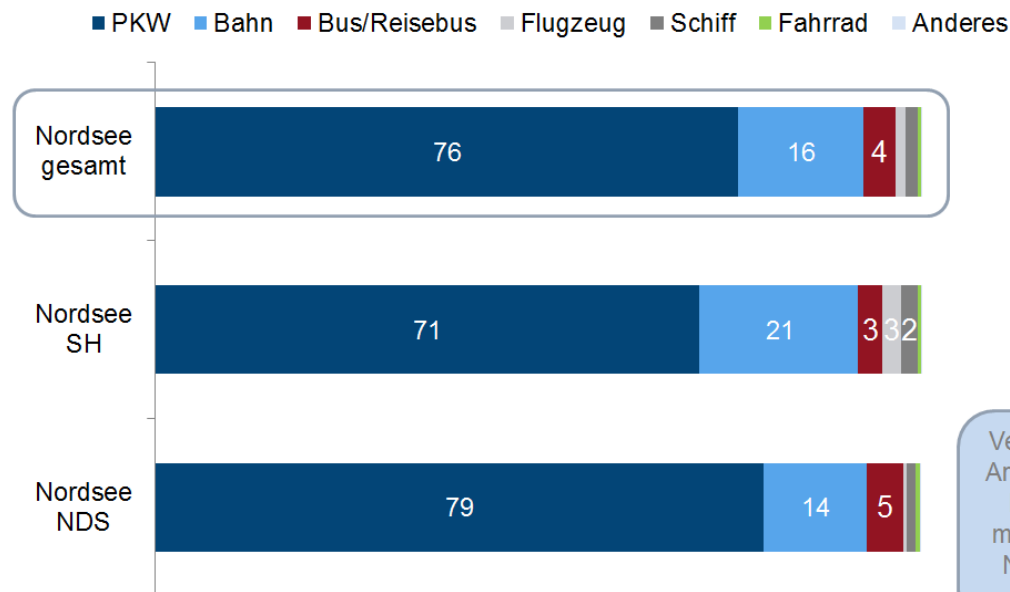


3.3 Anreise, Aufenthalt, Aktivitäten

Besuchshäufigkeit:

Hohe Treue der Nordsee-Gäste: 60% der Befragten sind bereits zum dritten Mal oder häufiger in ihrem Urlaubsort an der Nordsee zu Gast. Dabei sind die Stammgastanteile sowohl im Ort als auch im Reisegebiet Nordsee des jeweiligen Bundeslandes in Niedersachsen deutlich höher als in Schleswig-Holstein.

Hauptverkehrsmittel für die Anreise ist der PKW, jeder fünfte Befragte an der Nordsee SH reist mit der Bahn an



Vergleich zu 2013:
Anteil des PKW als
Hauptverkehrs-
mittel der Anreise:
Nordsee gesamt
70%

Basis: Alle Befragten mit Angaben Nordsee (n=1.047), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=510), Nordsee NDS (n=538), Nordsee gesamt 2013 (n=1.001), Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%.
Frage 11: Welches Verkehrsmittel haben Sie als Hauptverkehrsmittel für die Anreise zum Reiseziel genutzt? (Bitte nur eine Antwort, Hauptverkehrsmittel = weiteste Strecke)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 13.04.2018

Anreiseverkehrsmittel:

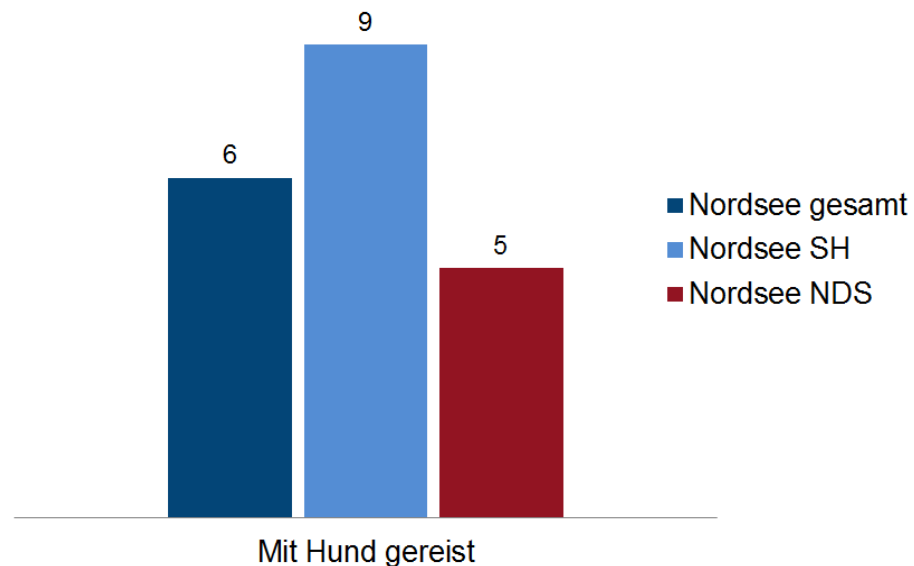
Hauptverkehrsmittel für die An- und Abreise an die schleswig-holsteinische Nordsee ist der Pkw (71%), immerhin 21% reisen mit der Bahn an. An die Nordsee Niedersachsen wird mit 79% noch häufiger mit dem Auto angereist als an die Nordsee Schleswig-Holsteins. Umgekehrt verhält es sich mit der Bahn (Nordsee NDS: 14%).



Reisebegleitung:

86% der Gäste an der Nordsee reisen in Begleitung. Die durchschnittliche Gruppengröße beträgt 2,8 Personen, die Größe der Reisegruppe unterscheidet sich dabei zwischen den Reisenden an die Nordsee Schleswig-Holsteins und Niedersachsens wenig (Nordsee SH: 2,7 Personen, Nordsee NDS 2,9 Personen). Mit Kindern oder Jugendlichen reisen 25% der Gäste. Wenn Kinder bei den Reisen an die Nordsee dabei sind, sind diese am häufigsten zwischen 6 und 13 Jahre alt. Rund jeder Zehnte gab an, in Begleitung von kleinen Kindern gereist zu sein, jedoch nur 7% dass die begleitenden Kinder zwischen 14 und 17 Jahre alt waren.

6% der Nordsee-Gäste reisen in Begleitung eines Hundes – an der Nordsee SH liegt dieser Anteil etwas höher



Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515), Angaben in %
keine Abfrage in 2013
Frage 15: Auf wie viele Personen beziehen sich diese Angaben? Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen? Ist auch ein Hund dabei?

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018

Hunde:

Gäste an der Nordsee SH sind häufiger in Begleitung von Hunden als Gäste an der Nordsee NDS (9% bzw. 5%).



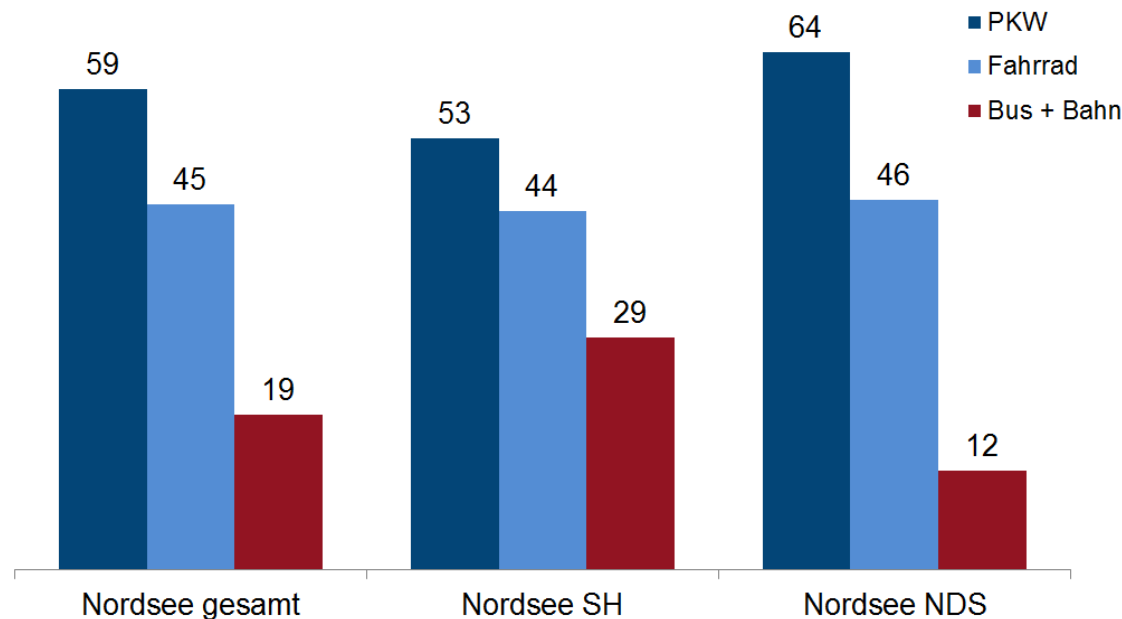
Aktivitäten:

87% der Befragten gehen während ihrer Reise an die Nordsee spazieren. 64% faulenzten oder sind am Strand. Gäste an der Nordsee Schleswig-Holsteins besuchen etwas häufiger Wochenmärkte, Hofläden und Hofcafés oder besuchen Kirchen während Gäste an der Nordsee Niedersachsens noch häufiger spazieren gehen oder Museen, Ausstellungen, Galerien besuchen.

59% der Nordsee-Gäste nutzen für ihre Ausflüge vom Urlaubsort den PKW, an der Nordsee NDS sogar 64%



Verkehrsmittel bei (Tages-) Ausflügen



Basis: Alle Befragten, die (Tages-)Ausflüge unternommen haben Nordsee gesamt (n=700), Nordsee SH (n=378), Nordsee NDS (n=291), Angaben in %
Frage 13: Wie viele Ausflüge waren das....?

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 13.04.2018

Ausflüge: Von den Nordsee-Gästen unternehmen 66% mindestens einen Ausflug vom Urlaubsort während ihres Aufenthaltes. An der Nordsee Schleswig-Holsteins liegt der Anteil der Ausflügler mit 70% etwas über dem an der Nordsee Niedersachsens (64%). Die durchschnittliche Anzahl der Ausflüge, die während des Aufenthaltes unternommen wurden, unterscheidet sich dabei nicht (je 4,7 Ausflüge/Aufenthalt).

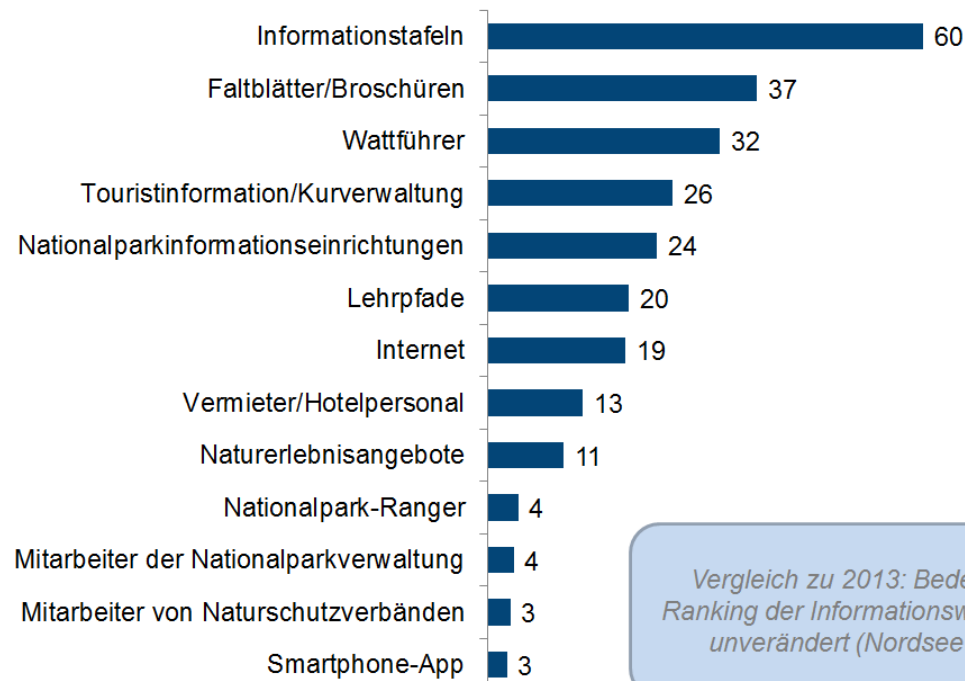
An der Nordsee SH nutzen 53% das Auto und 44% das Fahrrad als Verkehrsmittel bei Ausflügen. 29% bewegen sich mit Bus und Bahn, während an der Nordsee Niedersachsen nur 12% den ÖPNV und 46% das Auto nutzen.



Einschränkungen durch Naturschutzregelungen:

Durch die Naturschutzregelungen im Wattenmeer fühlen sich die meisten Befragten in ihrem Urlaub nicht eingeschränkt. Lediglich 3% geben an, sich durch Naturschutzregelungen beschränken zu müssen.

Die meisten Informationen über das Wattenmeer haben die Gäste vor Ort über Informationstafeln erhalten



Vergleich zu 2013: Bedeutung und Ranking der Informationswege sind fast unverändert (Nordsee gesamt).

Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Nordsee gesamt 2013 (n=1.104), Angaben in %
Frage L: Über welche Informationswege vor Ort haben Sie am meisten über das Wattenmeer erfahren? (Mehrere Antworten möglich!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018

Informationen zum Wattenmeer:

Die meisten der Nordsee-Gäste haben Informationen zum Wattenmeer über Informationstafeln vor Ort erhalten (60%). Ein ebenfalls wichtiger Informationsweg für die Gäste waren Falblätter oder Broschüren zu diesem Thema (37%) sowie die Wattführer (32%). Tourist-Informationen (26%) und Nationalpark-Informationseinrichtungen (24%) waren für jeden vierten Gast wichtige Quellen. Seltener (jeweils unter 5%) erhielten die Gäste dagegen Informationen direkt über Mitarbeiter von Naturschutzverbänden oder der Nationalparkverwaltung, Nationalpark-Ranger und Smartphone-Apps.

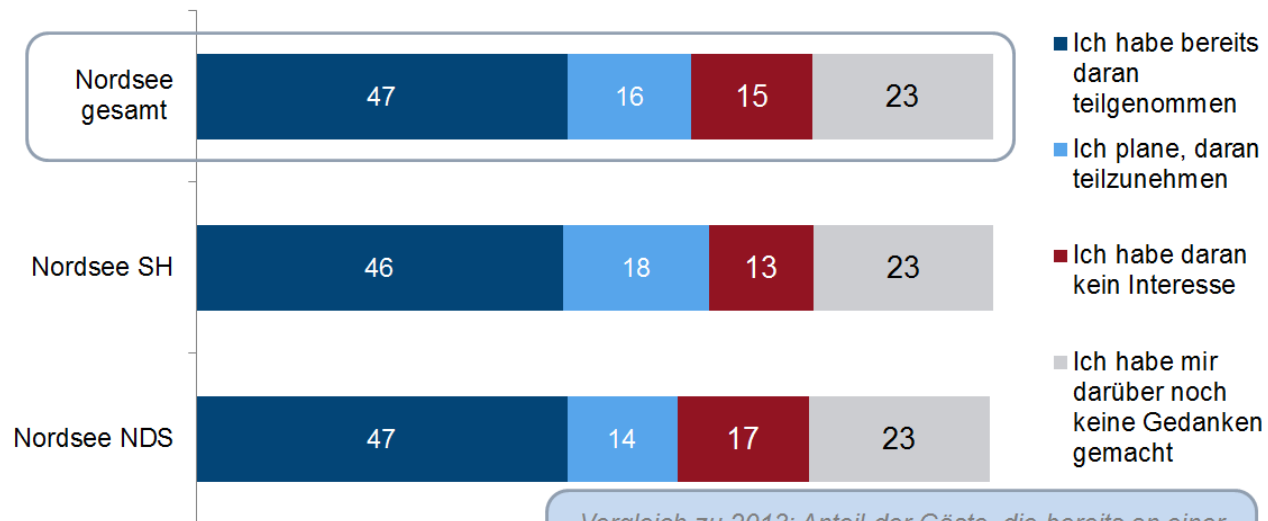


3.4 Nutzung von Naturerlebnisangeboten

Fast die Hälfte der Befragten hat im Urlaub schon an einer Wattwanderung teilgenommen



Geführte Wattwanderungen



Vergleich zu 2013: Anteil der Gäste, die bereits an einer Wattwanderung teilgenommen haben bzw. planen, daran teilzunehmen: Nordsee gesamt 59%

Basis: Alle Befragten mit einer Angabe, Nordsee gesamt (n=1.030), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=527), Nordsee NDS (n=503), Nordsee gesamt 2013 (n=1.080), Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%
Frage E: Haben Sie Interesse, in diesem Urlaub an einer geführten Wattwanderung teilzunehmen? (Bitte nur eine Antwort!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018

Geführte Wattwanderungen:

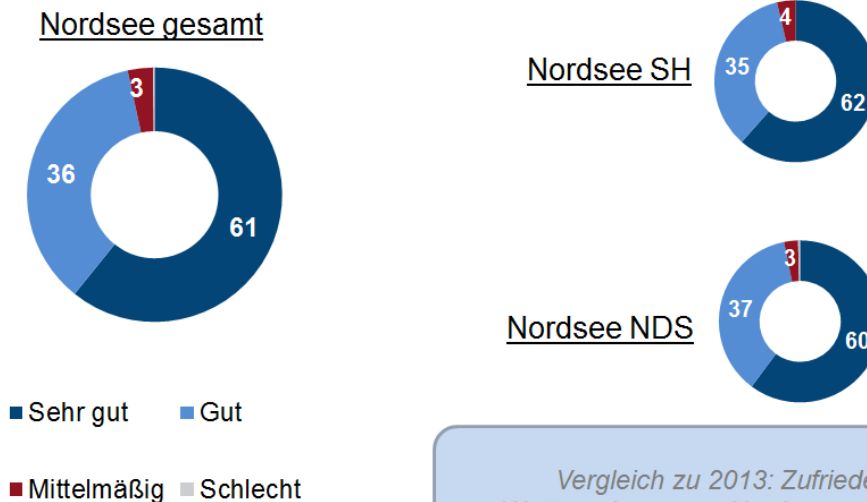
47% der Befragten haben bereits an einer geführten Wattwanderung teilgenommen, weitere 16% planen, an einer solchen teilzunehmen. 15% haben kein Interesse dieses Angebot zu nutzen, weitere 23% haben sich noch keine Gedanken darüber gemacht. 30% der Nicht-Interessenten gibt an, bereits früher schon an einer geführten Wattwanderung teilgenommen zu haben, 29% haben aufgrund körperlicher Einschränkungen kein Interesse.



Hohe Zufriedenheit mit den Wattwanderungen: 97% haben die Wanderungen „sehr gut“ oder „gut“ gefallen



Zufriedenheit mit geführten Wattwanderungen



Vergleich zu 2013: Zufriedenheit mit den Wattwanderungen: Nordsee gesamt 56% sehr gut

Basis: Alle Befragten mit Angaben, die bereits an einer geführten Wattwanderung teilgenommen haben, Nordsee gesamt (n=471), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=239), Nordsee NDS (n=285), Nordsee gesamt 2013 (n=232), Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%
Frage E: Wenn Sie bereits an einer geführten Wattwanderung teilgenommen haben: Wie hat Ihnen diese gefallen? (Bitte nur eine Antwort!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018

Geführte Wattwanderungen:

Vier von fünf Befragten wurden bei ihrer Wattwanderung auf den Weltnaturerbestatus des Wattenmeeres hingewiesen, nur 16% können sich nicht mehr daran erinnern, ob dies der Fall war. Lediglich 3% der Befragten wurden nicht darauf hingewiesen.

In beiden Regionen gaben 97% der Teilnehmer geführter Wattwanderung an, dass ihnen diese sehr gut oder gut gefallen hat.



Ausflugsfahrten zu den Seehundsbänken sind der Spitzenreiter unter den Naturerlebnisangeboten

	Nordsee gesamt	Nordsee SH	Nordsee NDS
Ausflugsfahrt zu den Seehundsbänken	44	38	48
Naturerlebnispfad	29	26	31
Nationalpark-Informationszentrum	28	29	27
Vogelkundliche Führungen	23	24	23
Salzwiesenführung	23	20	25
Insel-/Halligtörn mit Rangerbegleitung	22	31	16
Naturkundliche Vorträge	20	18	21
Schiffstour mit Seetierfang mit Rangerbegleitung	20	20	20
Meditative Naturerlebnisangebote	8	4	6
Andere	6	4	6

Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515), Nordsee gesamt 2013 (n=1.104), Angaben in %.
Frage H: Welche von diesen Naturerlebnisangeboten sind für Sie in diesem Urlaub von Interesse? (Mehrere Antworten möglich)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018



Nordsee
gesamt
2013

41
26
26
21
17
19
21
16
8
6

Interesse an Naturerlebnisangeboten:

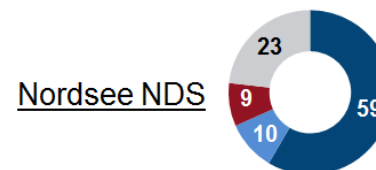
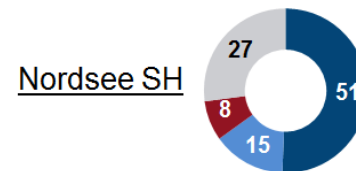
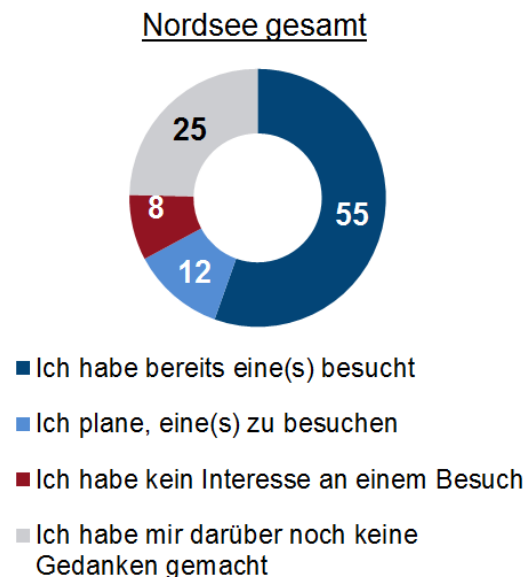
Für eine Ausflugsfahrt zu den Seehundsbänken in diesem Urlaub interessieren sich 44% der Befragten, für 29% ist die Nutzung von Naturerlebnispfaden von Interesse, für 28% der Besuch von Nationalpark-Informationszentren.

Vogelkundliche und Salzwiesen Führungen, Insel-/Halligtörns mit Rangerbegleitung sowie naturkundliche Vorträge kommen für etwa jeden fünften Gast in Frage. Dabei zeigen die Gäste an der Nordsee Schleswig-Holsteins überdurchschnittlich häufig Interesse an den Insel-/Halligtörns mit Rangerbegleitung (31%, NDS: 16%).



Mehr als die Hälfte der Befragten hat bereits eine Ausstellung/Einrichtung mit Informationen zum Wattenmeer besucht

Ausstellungen/Einrichtungen zum Thema Wattenmeer



Vergleich zu 2013: Anteil der Gäste, die bereits eine Ausstellung/eine Einrichtung zum Thema Wattenmeer: Nordsee gesamt 48%

Basis: Alle Befragten mit Angaben, Nordsee gesamt (n=978), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=487), Nordsee NDS (n=486), Nordsee gesamt 2013 (n=1.058), Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%
Frage 1: Haben Sie Interesse, bei diesem Aufenthalt eine Einrichtung oder eine Ausstellung mit Informationen über das Wattenmeer zu besuchen? (Bitte nur eine Antwort!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 16.04.2018

Ausstellungen mit Informationen zum Wattenmeer: Über die Hälfte (55%) der Befragten hat in diesem Urlaub bereits eine Einrichtung oder eine Ausstellung mit Informationen zum Wattenmeer besucht, weitere 12% der Befragten haben dies noch vor. Nur 8% haben kein Interesse an einem Besuch, 25% haben sich darüber noch keine Gedanken gemacht. Die Bewertung der Ausstellungen ist sehr gut. 95% hat der Besuch sehr gut oder gut gefallen. 84% der befragten Ausstellungsbesucher wurden bei ihrem Besuch auf den Weltnaturerbestatus aufmerksam gemacht.



3.5 Bekanntheit von Weltnaturerbe-Status und Nationalpark-Partnerschaft

Nahezu alle Gäste sind sich des Weltnaturerbe-Status des Wattenmeeres bewusst



Kenntnis Weltnaturerbestatus



Vergleich zu 2013: Bekanntheit des Weltnaturerbestatus des Wattenmeers:
Nordsee gesamt 97%

Kenntnis Weltnaturerbe
Wattenmeer:
Mit 94% ist der Weltnaturstatus des Wattenmeers nahezu allen Gästen an der Nordsee SH bewusst.
An der niedersächsischen Nordseeküste sind es sogar 98%.

Basis: Alle Befragten mit einer Angabe, Nordsee gesamt (n=1.048), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=536), Nordsee NDS (n=512), Nordsee gesamt 2013 (n=1.089), Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%
Frage C: Wussten Sie, dass das Wattenmeer Weltnaturerbe ist?

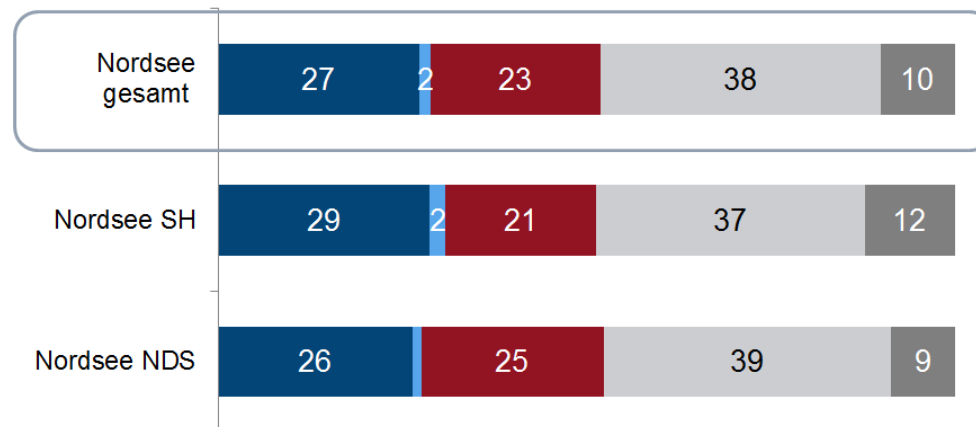


Die Qualifizierung als „Nationalpark-Partner“ ist mehr als jedem vierten Befragten bekannt, weitere 38% interessieren sich dafür



Die Auszeichnung „Nationalpark-Partner“...

- Ja, ist mir bekannt
- Ja, habe bereits Angebote genutzt
- Nein, kenne ich nicht, interessiert mich auch nicht
- Nein, kenne ich nicht, interessieren mich aber
- Keine Angabe



Vergleich zu 2013: Anteil der Gäste, denen die Auszeichnung als Nationalpark-partner bekannt ist: Nordsee gesamt 23%

Basis: Alle Befragten Nordsee gesamt (n=1.056), Regionen nur sektoral und saisonal gewichtet: Nordsee SH (n=542), Nordsee NDS (n=515), Nordsee gesamt 2013 (n=1.104). Angaben in %. Aufgrund von Rundungen summieren sich die Werte nicht immer zu 100%
Frage M: Einige touristische Betriebe in der Nationalparkregion sind als „Nationalpark-Partner“ ausgezeichnet. Ist Ihnen diese Auszeichnung bekannt? (Bitte nur eine Antwort!)

© 2018 NIT Kiel

Chartbericht GB Wattenmeer 2017– 17.04.2018

Auszeichnung „Nationalpark-Partner“:

Jedem vierten Befragten ist die Auszeichnung touristischer Betriebe als „Nationalpark-Partner“ an der Nordsee bekannt, die wenigsten haben jedoch schon einmal ein Angebot dieser Partner genutzt. Interesse ist aber vorhanden: 38% der Befragten geben an, diese Auszeichnung nicht zu kennen, aber Interesse an den Angeboten zu haben. Jeder fünfte Gast kennt diese Auszeichnung nicht und interessiert sich auch nicht dafür.



3.6 Bewertung, Qualitätswahrnehmung und Wiederkehrbereitschaft

Gästezufriedenheit/Bewertung zentraler Aspekte des Reiseziels:

Der Gesamteindruck des Reiseziels Nordsee wird mit „gut“ bewertet (Schulnotenskala: Ø 1,8). Die besten Noten vergeben die Nordsee-Gäste an Landschaftsbilder und die Unterkunft. An der Nordsee SH wird besonders die Unterkunft mit der Durchschnittsnote 1,6 positiv bewertet (Nordsee NDS: 1,8). An der Nordsee NDS trifft dies für die Anreisemöglichkeit/Erreichbarkeit mit 1,9 im Vergleich zu Nordsee SH mit 2,1 zu.

Angebotsbewertung:

Bei den nutzungsabhängigen Angeboten punkten die Möglichkeiten zum Wandern, Joggen, Nordic Walking und Radfahren, die Strand-/ Bademöglichkeiten sowie organisierte Wanderungen. Keines der Angebote wird mit Durchschnittsnoten schlechter als 2,2 bewertet. Viele Aspekte werden an der Nordsee SH etwas positiver bewertet, besonders die Radfahrmöglichkeiten und die Beschilderung der Wander- und Walkingwege.

Informationsbewertung Bus, Bahn und Fährschiffe:

Sowohl vor als auch während der Reise bewerten die Gäste an der Nordsee die Informationen über Bus/Bahn/Fährschiffe im Durchschnitt mit „gut“ (Durchschnittsnoten zwischen 1,9 und 2,4). Am positivsten werden die Informationen zu Fahrplänen/Verbindungen vor der Reise mit der Note 1,9 bewertet. 62% gaben an, diese vor der Reise genutzt zu haben. Am „schlechtesten“ mit 2,4 im Schnitt werden die Informationen zu Preisen/Tarifen während des Aufenthalts bewertet, diese wurden von 56% der Nordsee-Gäste genutzt.

Wiederkehrbereitschaft:

Die Wiederkehrbereitschaft in den Ort der aktuellen Nordseereise ist hoch. 65% der Befragten an der Nordsee Schleswig-Holsteins und 66% der Befragten an der Nordsee Niedersachsen können sich in den nächsten drei Jahren wieder einen Urlaub im selben Ort vorstellen. Nur jeweils 12% sind sich bzgl. einer erneuten Reise nach Schleswig-Holstein bzw. Niedersachsen unsicher. Ausgeschlossen ist eine Wiederkehr aber für fast keinen der befragten Gäste (SH 3%, NDS 0,3%).



4. Fazit

Nationalpark und Tourismus: Insbesondere im Bereich Tourismus sind die Akzeptanz und die Bereitschaft der Akteure zur Zusammenarbeit mit dem Nationalpark seit Jahren auf hohem Niveau. Die regionalen Touristiker nutzen das positive Image des Nationalparks und der Marke Weltnaturerbe für die Bewerbung der Destination. Die intensive Kooperation manifestiert sich u.a. in der Beteiligung an internationalen und überregionalen Projekten (INTERREG VA, INTERREG VB, DB/Fahrtziel Natur), bei gemeinsamen Veranstaltungen wie z.B. der Fachtagung "Natur und Tourismus" sowie bei der Mitwirkung in Gremien wie der regionalen "Weltnaturerbe AG Westküste" und der trilateralen "Task Group Sustainable Tourism Strategy".

Beispiele:

- Tourismusorganisationen: In Gastgeberverzeichnissen und Ferienmagazinen sowie auf den Internetseiten der Tourismusorte werden die Themen Nationalpark und Weltnaturerbe Wattenmeer vielfach an prominenter Stelle aufgegriffen und mit attraktiven Fotos und informativen Texten unterlegt. Dies trägt maßgeblich zur Bekanntheit des Schutzstatus Nationalpark und der Auszeichnung als Weltnaturerbe bei.
- Nationalpark-Partner: Der unabhängige Vergaberat, zusammengesetzt aus VertreterInnen der Insel- und Halligkonferenz, der Nationalparkverwaltung, der Nordsee Tourismus Service GmbH, der Nationalpark-Partner und der Naturschutzverbände hat in den letzten Jahren eine Reihe neuer Partner ausgezeichnet, besonders in den Kategorien Hotels, Ferienwohnungen, Galerien und Museen. Derzeit gibt es fast 180 Nationalpark-Partner in 14 Kategorien (nähere Informationen siehe unter www.nationalpark-partner-sh.de) und es kommen laufend Anfragen von weiteren interessierten touristischen Betrieben und Gemeinden. Der zunehmenden Nachfrage von Reisenden nach nachhaltigen Urlaubsangeboten wird hiermit begegnet.
- Naturschutzverbände: Neben den Nationalpark-Watt- und GästeführerInnen sind die Freiwilligen der Naturschutzverbände ein unverzichtbarer Teil der vielfältigen Angebotspalette im Bereich Naturerlebnis. Sie sorgen zu einem erheblichen Anteil mit dafür, dass jedes Jahr rund eine Million Gäste bei uns in der schleswig-holsteinischen Nationalregion aufgeführten Touren oder in Ausstellungen über das Wattenmeer informiert wird.

Urlaubsgäste: Die Ergebnisse der Gästebefragung durch das NIT lassen erkennen, dass die meisten Gäste ein Bewusstsein für die Besonderheit und Empfindlichkeit des Wattenmeeres haben. Der Status Nationalpark und die Auszeichnung Weltnaturerbe ist einem hohen Prozentsatz bekannt. Die Gäste möchten, dass an ihrem Urlaubsziel die Natur geschützt wird. Und sie möchten im Urlaub intakte Natur erleben – mehr noch: sie wollen etwas über die Natur am Urlaubsort lernen! Da sind diese Gäste am Wattenmeer mit der bunten Palette an Naturerlebnis- und Edutainment-Angeboten von den vielfältigen Wattführungen über die Salzwiesen- oder Vogelexkursionen bis hin zu Seetierfangfahrten mit Rangerbegleitung und dem Multimar Wattforum gerade richtig.

EinwohnerInnen: Die Einstellung der Westküstenbewohner zum Nationalpark ist äußerst positiv und bewegt sich seit Jahren auf einem hohen Niveau. Die Ergebnisse der alle zwei Jahre durchgeführten Einwohnerbefragung (zuletzt in 2016, erneute Befragung im November 2018 geplant) lassen eine große Akzeptanz für den Nationalpark erkennen. Konkrete Schutzmaßnahmen stoßen weitgehend auf Verständnis, werden von einigen sogar als nicht weitreichend genug bewertet.



Anhang: Methodik der Befragung

Methode und Grundgesamtheit:

Die vorliegende Gästebefragung (GB Wattenmeer) ist eine schriftliche Befragung von Übernachtungsgästen ab 14 Jahren in gewerblichen Unterkünften und in Unterkünften der Privatvermietung (ohne Kliniken, ohne Ferienheime, ohne Campingplätze, mit Jugendherbergen). Die Stichproben-ziehung erfolgte auf der Basis der Gäste des aktuellen Beherbergungsangebots, für die die Ergebnisse repräsentativ sind. Erhebungszeitraum: April bis Oktober 2017. Zusammen mit sämtlichen in Schleswig-Holstein und an der Nordsee Niedersachsens im Jahr 2017 umgesetzten Anschlussuntersuchungen auf Inseln und in LTOs liegen Daten für n=7.488 Gäste und im Kern identische Fragenprogramme vor (Mehrwert: Benchmarking).

Gästebefragung (GB) Wattenmeer 2017:

Die Ergebnisse der Gästebefragung Wattenmeer 2017 beruhen auf einer Fallzahl von n=1.056 Fällen (Schleswig-Holstein: n=542, Niedersachsen n=515). Die Daten sind für die beiden Teilräume Nordsee Schleswig-Holstein und Nordsee Niedersachsen kleinräumlich aufgebrochen. Daten liegen für zahlreiche weitere wichtige Zielgruppen für den deutschen Wattenmeer-Raum vor. Durch die analog durchgeführte GBSH (Gästebefragung Schleswig-Holstein) bestehen für das Standardfragenprogramm zahlreiche Benchmarkingmöglichkeiten für die Nordsee Niedersachsens und Schleswig-Holsteins mit den anderen Reisegebieten Schleswig-Holsteins (Ostsee, Binnenland inkl. der Holsteinischen Schweiz, Städte) sowie Schleswig-Holstein insgesamt.



Allgemeines Befragungskonzept der GBSH



Merkmale der Übernachtungsgästabefragung nach dem GBSH-Konzept

Übertragbarkeit des GBSH-Konzepts	Das GBSH-Konzept lässt sich einfach auf in- und ausländische Zielgebiete und zahlreiche touristische Segmente übertragen. Bisherige Beispiele: Städtetourismus in Thüringen, Winterurlaub in einem deutschen Mittelgebirgsziel, Urlaub auf dem Bauernhof sowie Camping- und Wohnmobilurlaub in Schleswig-Holstein. Grundprinzip: individuelle Anpassung der Befragung an die Erkenntnisziele des Auftraggebers bei standardisiertem Basisprogramm
Befragungsinhalte	<div> Aussagen im Rahmen eines umfangreichen Themenprogramms (Auswahl) </div> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reiseanlässe & Reisearten ▪ Unterkunftspräferenzen ▪ Informationsverhalten ▪ Reiseentscheidungsgründe ▪ Angebotsnutzung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausflugsverkehr im Reiseziel ▪ Reiseausgaben ▪ Zufriedenheit mit Angeboten ▪ Ablehnungsgründe von Reisen nach SH ▪ Soziodemographie u.v.m.
Grundgesamtheit	Übernachtungsgäste über 14 Jahre in gewerblichen (berichtspflichtigen) Unterkünften (ohne Kliniken, ohne Ferien-/ Schulheime, inklusive Jugendherbergen) und in Unterkünften der Privatvermietung
Stichprobe	Die Stichprobenziehung erfolgte auf der Basis der Gäste des aktuellen Beherbergungsangebots, für die die Ergebnisse repräsentativ sind, Stichprobe proportional zu den Ankünften 2016, Auswertung mit entsprechender statistischer Gewichtung der Netto-Fallzahlen (saisonal, sektoral, regional). Erhebungszeitraum: April bis Oktober 2017.
Ort der Befragung	Befragung dort, wo die Zielpersonen sich aufhalten, also in der Unterkunft. Vorteil: Keine Verzerrung durch Befragung an willkürlichen Sample-Points (z.B. Marktplatz, Bahnhof,...)
Repräsentativität	Die Ergebnisse der Gästebefragung sind repräsentativ für die in der Grundgesamtheit definierten Gäste
Rücklaufquote und Fallzahlen	Ziel: Generierung ausreichender Fallzahlen für die Beschreibung der Grundgesamtheit. Rücklaufquoten (RQ) in festen Beherbergungsstätten: 10% bis 20% sowie auf Campingplätzen ca. 30%. RQ bis 50% sind möglich und bereits erzielt worden. GB Wattenmeer 2017: Bruttoemission: 14.000 Fragebögen, Rücklauf (-quote) 1.056 Fälle/Befragte (bzw. 8%), davon Niedersachsen n=515, Schleswig-Holstein n=542
Auswertung	Lieferung von Daten für 27 touristische Zielgruppenkategorien (Voraussetzung für die Tabellierung: genügend Fallzahlen je Gruppe) auf Wunsch auch mehr Unterkategorien
Benchmarking	GBSH = standardisierte Befragung, die anhand eines für verschiedene Ziele identischen Basisfragenprogramms den Ergebnisvergleich zwischen den beteiligten Zielen ermöglicht